

Universidad Siglo 21



Carrera de Contador Público

Trabajo final de grado

Reporte de Caso

Informe de planificación tributaria

“La Planificación Fiscal de la empresa para la toma de decisiones y reducción de cargas fiscales en A.J & J.A Redolfi S.R.L”

Autor: Juan Daniel Vizcarra

DNI: 29.068.777

Legajo: VCPB 05660

Tutor: Nicolás Salvia

2021

Resumen

El presente trabajo tiene por objetivo proponer una herramienta estratégica como oportunidad de mejora, la Planificación tributaria, mediante la cual se podrá determinar y reducir el impacto de las cargas fiscales para enriquecer la empresa provocando el ahorro impositivo y ofrecer diferentes alternativas en la toma de decisiones.

Uno de los principales problemas que se detectan hoy en las Pymes es el gran impacto de los impuestos y cargas sociales. Por ello, se realizó una investigación de la situación actual del Redolfi, y se recopiló toda información pertinente dentro del marco teórico de Pymes.

La hipótesis es enfocada a través de reducir al máximo posible las cargas fiscales sin evadir ni eludir impuestos, por el contrario, aprovechando las oportunidades que surgen desde las normas que nos aportan los distintos regímenes, dentro del marco legal.

Las conclusiones arribadas son alentadoras ya que se consiguió demostrar un ahorro fiscal importante para el caso estudiado.

Palabras claves: Fiscal; Planificación; Rentabilidad; Impuestos.

Abstract

The present work aims to propose a strategic tool as an opportunity for improvement, Tax Planning, through which it is possible to determine and reduce the impact of tax burdens to enrich the company causing tax savings and offer different alternatives in decision-making.

One of the main problems detected today in SMEs is the great impact of taxes and social charges. Therefore, an investigation of the current situation of the Redolfi was carried out, and all the pertinent information was compiled within the theoretical framework of SMEs.

The hypothesis is focused on reducing tax burdens as much as possible without evading or evading taxes, on the contrary, taking advantage of the opportunities that arise from the rules provided by the different regimes, within the legal framework.

The conclusions reached are encouraging since it was possible to demonstrate significant tax savings for the case studied

Keywords: Fiscal; Planning; Cost effectiveness; Taxes

Índice

Introducción	1
<i>Objetivo general</i>	3
<i>Objetivos específicos</i>	3
Análisis de situación	4
<i>Descripción de la situación</i>	4
<i>Análisis de contexto</i>	6
<i>Diagnóstico organizacional</i>	10
<i>Análisis específico</i>	14
Marco teórico	15
Diagnóstico y discusión	18
<i>Declaración del problema</i>	18
Plan de implementación	20
<i>Alcance y Limitaciones</i>	20
Conclusiones y recomendaciones	28
Referencias	29

Introducción

El presente trabajo tiene como propósito realizar un análisis y una planificación fiscal para la empresa Redolfi S.R.L de la localidad de James Craik de la provincia de Córdoba, Argentina. La empresa lleva 50 años en el sector mayorista de productos alimenticios. La misma posee una cadena de salones de ventas mayoristas y preventistas de productos alimenticios, refrigerados, bebidas, cigarrillos, artículos de limpieza y perfumería, entre otros.

Redolfi S.R.L localizada estratégicamente entre la ruta n°9 y la ruta provincial n°10 se encarga de conquistar año a año nuevos clientes y mercados en el interior de Córdoba y el resto del país, comenzó su actividad hace 50 años especializándose únicamente en la venta mayorista de productos alimenticios.

Continuando con el mismo ritmo de crecimiento, deciden seguir apostando y se siguen abriendo sucursales en San Francisco, Villa María y llamando la atención de todos toman el gran riesgo de abrir un local más grande en el año 2000: época económica y financieramente difícil para Argentina como así también llena de incertidumbres. En el año 2002 abre una nueva unidad de negocios, agregando la distribución exclusiva de productos Kodak al rubro y en 2003 se abre un tercer autoservicio en San Francisco. En el 2004 continuando con esta modalidad de expansión, tras obtener la representación de productos Kraft, se realizó la apertura de la cuarta sucursal en Rio cuarto. En 2009 se inaugura otra distribuidora mayorista en Bell Ville convirtiéndose así en una empresa con una fuerza de más de 35 vendedores, 6.000 clientes, 130 empleados y una flota propia de 75 vehículos, incluyendo utilitarios hasta camiones de gran porte.

En este trabajo final, se podrá apreciar, como se aplican a la Compañía, los distintos tipos de impuestos de acuerdo con las diversas actividades que realizan, como la venta al por mayor de productos alimenticios, cereales, tabaco y servicios de transporte automotor de carga.

De manera similar, se analizarán las variables financieras y el entorno a nivel nacional, ya que estas pueden influir en la inflación y la toma de decisiones frente a tales cambios.

También se analizarán los diferentes tipos de tributos en cada una de las ciudades donde se encuentran los centros de distribución. Los diversos impuestos provinciales, sus

porcentajes, sus retenciones, sus beneficios, beneficios adquiridos, exclusiones o alternativas se examinarán en cada caso, para aprovechar un sistema de pagos menores.

Posteriormente se examinarán los impuestos nacionales, supervisados por la Administración Federal de Ingresos Públicos, relacionados con las actividades de la sociedad investigada, dependiendo de su desempeño, beneficios, entre otros.

Finalmente, se propone alternativas a los contribuyentes para reducir los costos impositivos y se resalta la importancia de una planificación fiscal como herramienta estratégica que permita al contribuyente afrontar responsablemente sus obligaciones fiscales, pero eligiendo la estructura tributaria más conveniente, a fin de optimizar resultados.

En cuanto a los antecedentes, se pueden mencionar a los siguientes:

Por su parte, el trabajo de Martha Beltrán Cortes y Olga Hernández Murcia (2012) tuvo el objetivo de determinar los aspectos que se deben incluir en un proyecto de planificación tributaria, para que la empresa Comercializadora de Productos Alimenticios S.A.S mejore sus indicadores financieros, optimice su carga impositiva, pagando lo justo, a través de mecanismos legales conforme a las normas fiscales vigentes. Los autores abordaron la problemática que tuvo la empresa en un contexto de elevada presión fiscal sobre sus operaciones económicas habituales. El ahorro de los costos impositivos resultó ser crucial para que la empresa lograra competir con nuevas empresas que ingresaban al sector en un escenario sumamente competitivo.

Este trabajo ha servido como base para definir estrategias de ahorro de costos fiscales en el marco de una empresa que se dedica a la comercialización de productos alimentarios tal como Redolfi.

El trabajo de Yáñez Soria (2018) ha abordado las estrategias de planificación tributaria aplicables a una distribuidora de lácteos. La autora sostuvo que la planificación fiscal es una herramienta administrativa que tiene como finalidad determinar el pago justo que le corresponde al contribuyente por concepto de tributos. El trabajo consideró la metodología de investigación bibliográfica para poder comparar y deducir diferentes enfoques tomando en cuenta a las empresas de lácteos del sector. Por otro lado, se utilizó el estudio de campo a través de la técnica de la entrevista y encuesta. Se confeccionó un modelo de planificación tributaria para el óptimo cumplimiento de las obligaciones tributarias, tomando como caso de estudio a Distribuidora Tanilact.

La autora llegó a la conclusión de que una planificación tributaria en dicha empresa favorecerá la optimización de las estructuras de costos de producción y comercialización de los productos incrementando la productividad organizacional. Este trabajo ha servido como base para comprender que una planificación tributaria es crucial para optimizar los costos de producción en una empresa que se dedica a la distribución de mercaderías, en correspondencia con la analizada en el presente reporte de caso.

Finalmente, el trabajo de Boy Prado (2018) tuvo como objetivo principal determinar la incidencia del planeamiento tributario en la rentabilidad de la empresa Casa Grande S.A. Según la hipótesis se concluye que, hubo una relación directa y positiva entre el planeamiento tributario y la rentabilidad de la empresa Casa Grande S.A. Es decir, que el proceso de planificación tributaria, promoviendo el ahorro de impuestos nacionales y provinciales, ha favorecido la rentabilidad de la organización objeto de análisis. Este trabajo ha servido como base para comprender que la planificación fiscal termina incidiendo en la estructura de costos de una empresa, posibilitando que pueda establecer precios más competitivos y aumentar la rentabilidad del negocio.

Objetivo general

Planear qué pasos y requisitos requiere la distribuidora A. J. & J. A. Redolfi S.R.L., ubicada en la ciudad de Córdoba, para adherirse al régimen de PyMEs y solicitar el reintegro del crédito fiscal de las capacitaciones que incurra, generando ahorros fiscales en el año 2021.

Objetivos específicos

- Analizar los beneficios fiscales que resulten de la adhesión en el régimen de PyMEs vigente.
- Describir requisitos y pasos para solicitar el reintegro del crédito fiscal que resulte de las capacitaciones incursionadas al personal en relación de dependencia.
- Cuantificar los ahorros fiscales que deriven de la implementación de las estrategias fiscales previamente mencionadas.
- Elaborar un estado de resultados proforma que muestre el impacto de la planificación fiscal planteada.

Análisis de situación

Descripción de la situación

La empresa A.J. & J.A. Redolfi S.R.L. es líder en el mercado en el que participa actualmente, abierto a nuevas oportunidades de negocio. Cuenta con una cartera diversificada de proveedores, buscando solvencia y rentabilidad continuada, proporcionando así una óptima calidad de productos y servicios a sus clientes, propiciando alianzas sostenidas en el tiempo con ellos.

Asimismo, se incentiva el desarrollo personal y profesional de sus empleados, preservando el carácter familiar de la empresa, con una contribución positiva a la comunidad.

En cuanto a la misión, se apunta a atender las necesidades de los clientes proporcionando un servicio de distribución mayorista de calidad, con una gran variedad de productos masivos de primeras marcas, sustentado en una extensa trayectoria empresarial. Realiza esto brindándoles a sus empleados la posibilidad de desarrollar sus habilidades y crecer dentro de la empresa.

Con respecto a los valores organizacionales, se pueden mencionar:

Respeto hacia el cliente, el proveedor y al equipo de trabajo que conforma la empresa; implica manejarse éticamente, cumpliendo con las obligaciones emergentes en cada caso.

- ✓ Esfuerzo y dedicación, manteniendo el impulso de crecimiento y desarrollo de la empresa, liderando con el ejemplo de los miembros de la familia.
- ✓ Honestidad, creyendo en el trabajo y en la construcción de riqueza sin perjudicar a los otros, manejándonos con sentido de justicia, equidad y transparencia, sosteniendo la imagen de una familia honesta, coherente y sincera.
- ✓ Sentido de equipo, sosteniendo la convicción del trabajo colectivo en la toma de decisiones y en la consulta permanente a los directivos de la empresa, buscando compartir decisiones.
- ✓ Responsabilidad social y comunitaria, buscando beneficiar al pueblo de origen de la empresa a través de la colaboración permanente y desinteresada con las instituciones que participan de la calidad de vida de la comunidad.
- ✓ Orientación al cliente, respetándolo y cuidándolo a través de un compromiso con la calidad y el resultado, teniendo siempre presente su satisfacción.

Realizando un análisis superficial de la empresa, se desprende que la misma se encuentra conformada por un grupo familiar, dedicado a la venta mayorista de mercaderías, encuadrada conforme a la Ley de Sociedades Comerciales (Ley 19.550, 1984) como una Sociedad de Responsabilidad Limitada, y adopta su denominación social como A. J. & J. A. Redolfi S. R. L.

La estructura de la empresa se encuentra establecida en su cúspide por una Gerencia General, con un staff de apoyo constituido por contadores, abogados y profesionales dedicados a la seguridad e higiene. De ella, dependen tres Gerencias, una Comercial cuyas funciones son llevadas a cabo por el Gerente General, una de Ventas que se encarga de los vendedores, con un supervisor y la tercera dedicada a la Administración y Finanzas, que cuenta con las áreas de Cobranzas, Facturación, Formación de Precios y Bancos. De esta última Gerencia depende el jefe de Depósito y Logística, responsable de las áreas de distribución, control de stock, *picking* o preparación de pedidos, y mantenimiento.

El abastecimiento de la empresa Redolfi S.R.L. se realiza a través de pedidos por internet, y las ventas se realizan por medio de dispositivos móviles; los encargos de mercadería se deben realizar con 24 horas de anticipación para lograr llegar con el pedido en los términos y condiciones que establece la empresa. Esta cuenta con un sistema informático que comunica al receptor de la mercadería que estaría faltando, como índices de stock, logrando el control y la anticipación al faltante. En cuanto arriba el camión con mercadería se procede a la descarga de los mismos con auto elevadores según si son pallets o no; al momento de la descarga una persona realiza el control de lo solicitado y fiscaliza si se refleja con lo pedido, ya que no cuenta con elementos para poder ejecutarlo de otra manera. Las ventas se realizan sin restricciones, no se exigen mínimos de compra. Se realizan estrategias de venta según los vencimientos de los productos en stock. No existen planes de financiación para los clientes, se vende el 80% de contado y para abonar el saldo se da un plazo máximo de 21 días. Con respecto a las ventas sin restricción la empresa muestra una falta de planificación, tanto de logística tributaria y además ausencia en el control de ventas. En cuanto a los precios de venta, el margen de marcación que aplica A. J. & J. A. Redolfi S. R. L oscila entre un 10 % y un 30 %, esto depende del producto y del volumen de compras al

proveedor. Ya que a mayor volumen de compras se puede conseguir un margen superior, y estos se pueden trasladar al comprador y alcanzan los descuentos que le otorga el proveedor.

Respecto a la situación impositiva, la empresa se encuentra inscrita en el Impuesto a los Ingresos Brutos, Impuesto al Valor Agregado e Impuesto a las Ganancias, siendo agente de retención de este último por medio del aplicativo implementado por la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), denominado Sistema de Control de Retenciones (SICORE), como así también es agente de percepción de los ingresos Brutos.

Análisis de contexto

A continuación, se realizó un análisis PESTEL, abordando los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que influyen en el sector donde la empresa opera.

Factor Político

Siguiendo a CADAM (2021) la inestabilidad del gobierno de turno incide negativamente en las proyecciones de inversiones por parte del sector de distribuidoras mayoristas en Argentina a tal punto de ralentizar dicho proceso más aun en un contexto de pandemia del covid-19 que ha puesto de manifiesto muchas falencias de la política argentina en cuanto a la capacidad de maniobrar una crisis de tal magnitud. Esto incide en Redolfi dado que la empresa tiende a ser más conservadora en el proceso de inversiones, esperando señales que otorguen más seguridad jurídica en el país para hacerlas.

El uso de determinadas estrategias de planificación fiscal permite, a las empresas que las implementan, aprovechar la complejidad del sistema tributario, así como las asimetrías existentes en éste, a fin de minimizar la carga tributaria de cada sujeto. Así es que el Art 1 de la Resolución General AFIP N° 4838 (2020) establece un régimen de información de planificaciones fiscales a cargo de los sujetos comprendidos en el artículo 6° del presente Título. Al respecto dicho artículo establece la obligación de informar una planificación fiscal por parte de los contribuyentes y los asesores fiscales serán responsables de cumplir con el régimen de información. Esta política definida por AFIP incide en Redolfi, dado que la misma tendrá la obligación de cumplimentarlo al igual que otras empresas del mismo ramo.

Factor Económico

La inflación de abril será el doble que el plan oficial y en julio quedará al borde de la meta del 29%. Analistas sostienen que habrá una baja respecto del 4,8% de marzo pasado, pero que igual será alta. La pauta anual del presupuesto, cada vez más lejos.

Sin embargo, el mercado espera un aumento de precios entre el 3,5% y el 4% para el cuarto mes del año, otra vez con los alimentos como protagonistas. Especialistas sostienen que la pauta oficial de inflación no es creíble y se agotará antes de agosto.

Con la suba de 4,8% del Índice de Precios al Consumidor (IPC) de marzo, la inflación acumulada en el primer trimestre es de 13%. De cumplirse la proyección de las consultoras privadas para abril, el primer cuatrimestre cerraría con un incremento superior al 16%, un avance apenas inferior al 18% que se dio en los primeros cuatro meses de 2019, año que finalizó con la mayor inflación de los últimos 30 años casi del 54%. (Lopez, 2021)

Las tasas que operan en el mercado para la toma de financiamiento son elevadas, desfavoreciendo a las inversiones, sobre todo a largo plazo, así también la diferencia existente en las tasas del mercado cambiario.

En el plano económico, la pérdida en términos de producción, empleo y destrucción de empresas fue muy significativa. Entre fines de 2019 y fines de 2020, el PBI real cayó 4,7%, luego de haber estado 19% abajo en el segundo trimestre del año. La inflación del mes de marzo 2021 fue de 4.8% (INDEC, 2021).

Todo parece indicar que el gobierno irá imponiendo nuevas restricciones, inicialmente, apuntando a limitar encuentros sociales para minimizar el impacto en la actividad económica. Aun así, y extrapolando la lógica de la política económica de 2020, el escenario más probable parece ser de freno de la dinámica de recuperación económica y repunte del empleo, con actividades que continuarán extremadamente deprimidas. Esta situación impacta de lleno en el sector de distribuidores de bebidas y alimentos en el sentido que la caída del poder compra de los consumidores genera una caída del consumo de dichos bienes en términos de volumen y calidad negociada.

Factor Social- Cultural

Redolfi S.R.L., no está eximida de la situación actual de pandemia que vive el país.

Hay una crisis económica, social de desarrollo. Se estima que hasta 25 millones de personas podrían quedarse sin empleo, y que la pérdida de ingresos de los trabajadores podría afectar al consumo y demanda de los mercados.

La pandemia ha expuesto sin piedad los profundos fallos de nuestros mercados laborales, empresas de todos los tamaños ya han cesado sus operaciones, han reducido las horas de trabajo y despedido personal.

Muchas están al borde del colapso, a medida que van cerrando tiendas y restaurantes, se cancelan vuelos, y las empresas optan por el trabajo a distancia. A menudo, los primeros en quedarse sin trabajo son aquellos cuyo empleo ya era precario: vendedores, camareros, personal de cocina, limpieza, etc.

El sistema tributario de un país con una constitución liberal como Argentina debería tener como finalidad única, o principal, recaudar los fondos necesarios para que el Estado pueda funcionar para que no exista pobreza en el país (Martin, 2020).

En el plano social, los niveles de pobreza son sustancialmente más elevados que antes de la pandemia. Producto del virus y el confinamiento, la tasa de pobreza trepó del 35,5% al 42,0% entre el segundo semestre de 2019 y el de 2020, en una economía que ya venía castigada por el aumento previo, producto de la crisis financiera de 2018-2019 (CPCEBA, 2021). Esta situación genera una caída del consumo de alimentos y bebidas que el sector distribuidor mayorista y minorista trata de amortiguar por medio de la optimización de las estructuras de costos.

Las empresas de toda la cadena de suministro de alimentos están activando sus planes de continuidad de negocio, ya que el paro de actividades ha afectado la economía a nivel mundial.

Dentro del entorno social en que está inserta Redolfi, se observa una visión favorable respecto de sus servicios debido a la atención, rápida entrega de los productos y asesoramiento a sus clientes postventa. En cualquier caso, sin reducción de la inflación y mejora de la actividad es casi imposible pensar que la pobreza podrá bajar únicamente a base de expandir y mejorar la focalización de las políticas sociales.

Factor Tecnológico

El desarrollo tecnológico en el sector de distribuidoras mayoristas, en la cual Redolfi está inmersa, ha sido crucial para subsistir en un contexto de pandemia, donde el comercio

online fue la clave. La Confederación Argentina de la Mediana Empresa comenzó su ciclo de videoconferencias apuntadas a brindar a las pymes diferentes herramientas para saber vender digitalmente de una forma más eficiente. Entre las temáticas, durante las diferentes conferencias se abordarán cuestiones como: utilización de redes sociales para mejorar las ventas; *Instagram* como canal de venta; herramientas digitales para optimizar el trabajo de las pymes; herramientas de teletrabajo y automatización de tareas (CAME, 2020).

Por otro lado, el desarrollo de sistemas de administración de stock ha sido determinante para la optimización de los inventarios en el sector de distribuidoras de alimentos y bebidas en Argentina. A pesar de que Redolfi, todavía no está actualizada en esta temática, es preciso mencionar que la mayoría de su competencia si lo está con herramientas como ERP (Planificación de Recursos Empresariales) para la gestión de stock.

La industria de consumo masivo se encuentra en plena transformación, con compradores cada vez más informados y una participación creciente del comercio electrónico, lo que impone una reflexión acerca de las estrategias que son necesarias para sobrevivir a estas nuevas condiciones que marca la necesidad de innovación tecnológica para comercializar productos.

Factor Ecológico

La Confederación Argentina de la Mediana Empresa ha desarrollado el Departamento de Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable, el cual es un área dedicada a generar políticas, programas y acciones coordinadas con distintos actores que busquen propiciar un crecimiento económico con inclusión social y cuidado del ambiente. El objetivo fundamental es contribuir al desarrollo sustentable de comunidades, municipios, provincias y regiones de todo el país, generando líneas de intervención que ayuden a modificar el entorno en pro de la equidad, la inclusión y el desarrollo local (CAME, 2021).

En particular, el sector de distribuidoras mayoristas de alimentos y bebidas, entre las cuales se encuentra Redolfi, carecen de una política de responsabilidad social empresaria que promueva cuidado del medio ambiente y de la comunidad que las rodea.

Factor Legal

La ley de góndolas busca que los precios sean claros para los consumidores y que éstos puedan acceder a más productos regionales o artesanales de las micro, pequeñas y

medianas empresas, productos de agricultura familiar, campesina e indígena, productos de la economía popular y productos de cooperativas y mutuales (Ley 27.545, 2020). Uno de los objetivos de dicha norma es que los precios de los productos sean claros y transparentes para los consumidores en un mercado competitivo como el que está inmersa la distribuidora Redolfi.

Por otro lado, la Ordenanza N° 1564/07 de la localidad de James Craik, que exige, a partir del año 2003, trasladar las infraestructuras (industriales, depósitos, etc.) fuera del ejido urbano, y para aquellas empresas que se trasladen antes del año 2012 la Municipalidad dispuso beneficios tributarios y subsidios por la contratación de nuevos empleados. Esta fue la razón por la que Redolfi ha decidido trasladar su centro de distribución a uno más grande que ya tiene construido.

Diagnóstico organizacional

Para realizar el diagnóstico organizacional se optó por emplear la matriz FODA.

Tabla 1- Análisis FODA

<i>Fortalezas</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Amplia trayectoria e historia en el mercado local. 2. Buen clima de trabajo con posibilidades de desarrollo de carrera profesional. 3. Solvencia económica y financiera de la empresa. 4. Excelente relación con los proveedores. 5. Muy buena relación con sus clientes. 6. La variedad de productos que ofrece en el mercado. 7. Alto nivel de satisfacción de los clientes. 8. Estrategia orientada a fidelización de los clientes.
<i>Oportunidades</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo tecnológico que impulsa a las empresas a vender por canales online. 2. Aumento de la demanda de alimentos y bebidas a nivel nacional e internacional. 3. Globalización del comercio de alimentos y bebidas. 4. El desarrollo del mercado de capitales como mecanismo para obtener financiamiento.

	<ol style="list-style-type: none"> 5. Desarrollo del mercado de capitales como fuente de financiamiento de proyectos de inversión para las PyMEs.
<i>Debilidades</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Carencia de una planificación tributaria. 2. Procesos de selección del personal no tecnificados. 3. Carencia de compromiso con el cuidado del medio ambiente. 4. Ausencia de un modelo de evaluación del desempeño interno. 5. Carece de certificaciones de normas de calidad. 6. Inexistencia de un asesor financiero. 7. Carece de una política de <i>marketing</i>.
<i>Amenazas</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Delicada situación macroeconomía del país, con elevada inflación, recesión y caída del consumo. 2. Elevada presión tributaria a nivel nacional y provincial. 3. Reducción de subsidios a la producción y distribución. 4. Mayores regulaciones de precios de alimentos y bebidas por parte del gobierno. 5. Prolongación de la pandemia del covid-19.

Fuente: Elaboración propia.

Una de las fortalezas más importante que tiene la empresa A.J. & J.A. Redolfi S.R.L. es su amplia trayectoria en el mercado local, bajo una estrategia de liderar en costos y satisfacción del cliente, ha perdurado en el tiempo, aun en contextos adversos que caracterizan a la economía argentina. Su relación con los diversos grupos de interés, tales como los proveedores, clientes y trabajadores son crucial para conservar la experiencia y dedicación en la formación de lazos que promueven la optimización de la rentabilidad.

Dichas fortalezas han de ser aprovechadas para favorecerse de las diversas oportunidades que ofrece el sector de distribuidoras mayoristas en Argentina, con un crecimiento del consumo de bienes de primera necesidad, alimentos y bebidas, aun en un

contexto de crecimiento de la inflación que pone de manifiesto la amenaza de las variables económicas debido a la necesidad de reformas estructurales en el país.

La principal debilidad que se exhibe en A.J. & J.A. Redolfi S.R.L. es la ausencia de una planificación fiscal en un escenario donde la presión tributaria argentina va en ascenso sobre el sector privado. Es crucial optimizar la estructura de costos, no solo de producción y/o distribución, sino también lo de no producción, como lo son los fiscales.

Con los datos recolectados en la empresa se puede ver un esquema del análisis de las 5 fuerzas de Porter para la empresa A.J & J.A Redolfi S.R.L, entre las cuales encontramos:

Competidores actuales en el sector

Siempre que exista la posibilidad de que empresas nuevas entren en un mercado particular sin gran dificultad, aumentará la intensidad de la competencia entre las empresas. Así pues, las barreras contra la entrada pueden incluir la necesidad de obtener economías de escala rápidamente, la necesidad de obtener tecnología y conocimientos especializados, la falta de experiencia, la sólida lealtad del cliente, la clara preferencia por la marca, el cuantioso capital requerido, la falta de canales de distribución adecuados, las políticas reguladoras del gobierno, las tarifas, la falta de acceso a materias primas, la posesión de patentes, las ubicaciones indeseables, los contraataques de empresas atrincheradas y la posible saturación del mercado.

Rivalidad entre competidores

La rivalidad entre empresas que compiten suele ser la más poderosa de las cinco fuerzas. Las estrategias que sigue una empresa sólo tendrán éxito en la medida en que le ofrezcan una ventaja competitiva en comparación con las estrategias que siguen empresas rivales. Cuando una empresa cambia de estrategia se puede topar con contraataques por represalia, por ejemplo, bajar los precios, mejorar la calidad, aumentar las características, ofrecer más servicios, ofrecer garantías y aumentar la publicidad.

Poder de negociación de los compradores

Cuando los clientes están muy concentrados, son muchos o compran grandes volúmenes, su poder de negociación representa una fuerza importante que afecta la intensidad de la competencia de una industria. Las empresas rivales pueden ofrecer amplias garantías o servicios especiales para ganarse la lealtad del cliente en aquellos casos en que el poder de negociación de los consumidores es considerable. El poder de negociación de los consumidores también es mayor cuando los productos que compran son estándar o no tienen diferencias. En tal caso, es frecuente que los consumidores tengan mayor poder de negociación para los precios de venta, la cobertura de garantías y los paquetes de accesorios.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos

La empresa A.J & J.A Redolfi S.R.L comercializa en general productos de primera marca. Con la situación económica que está viviendo la sociedad en estos últimos años, los consumidores, están optando por productos sustitutos de segundas marcas.

La presencia de productos sustitutos pone un tope al precio que se puede cobrar antes de que los consumidores opten por un producto sustituto. Las presiones competitivas que surgen de los productos sustitutos aumentan conforme el precio relativo de los productos sustitutos disminuye y los costos de los consumidores por cambiar a otro producto bajan.

Poder de negociación de proveedores

El poder de negociación de los proveedores afecta la intensidad de la competencia en una empresa, especialmente cuando existe una gran cantidad de proveedores, cuando sólo existen unas cuantas materias primas sustitutas buenas o cuando el costo por cambiar de materias primas es especialmente caro. Con frecuencia, los proveedores y los productores hacen bien en ayudarse mutuamente con precios razonables, mejor calidad, desarrollo de servicios nuevos, entregas justo a tiempo y costos bajos de inventarios, reforzando así la rentabilidad a largo plazo para todas las partes interesadas.

Análisis específico

Los profesionales en Ciencias Económicas cumplen con varias tareas, ya sean responsables de áreas de administración, sector de impuestos, compras, entre otras. Los empleados administrativos de la compañía son los encargados de recopilar los cupones correspondientes de las diversas operaciones realizadas por la empresa y llevarlas a su contabilidad. De este modo el asesor externo recibe la información para determinar y cumplir con las distintas obligaciones fiscales.

A continuación, se expone la Tabla 2 que refleja la composición de las cargas fiscales que la distribuidora tuvo que afrontar en los últimos tres ejercicios económicos y el porcentaje de las ventas de esta.

Los aumentos de cargas fiscales pueden deberse a la falta de búsqueda de beneficios fiscales, pagos fuera de término o bien por la inflación que ha sufrido el país.

El conocimiento de los beneficios impositivos que se pueden aplicar a las PyMEs, dará lugar a una reducción en el impuesto determinado del impuesto a las ganancias, pudiendo tomar el impuesto a los débitos y créditos para disminuir el costo de este mismo; como también exención en las retenciones que se vienen teniendo continuamente, introduciendo parte de estos conocimientos se puede ver que sin necesidad de evadir ni eludir se obtienen rendimientos.

Tabla 2: Cargas Fiscales

Tributos	2020	2019	2018
Impuesto a los débitos	\$ 5.475.893,80	\$ 2.464.152,21	\$ 2.217.736,99
Impuesto a las Ganancias	\$ 3.336.057,91	\$ 2.329.734,73	\$ 2.794.069,66
Percepciones IIBB a pagar	\$ 91.000,00	\$ -	\$ -
Retención IG a pagar	\$ 6.868,00	\$ -	\$ -
Ingresos Brutos Cba	\$ 4.295.787,00	\$ 3.866.208,30	\$ 1.859.587,47
IVA a Pagar	\$ 2.329.562,00	\$ 2.096.605,80	\$ 1.076.945,22
Anticipos Imp. a las Ganancia	\$ 1.904.061,00	\$ 1.713.654,90	\$ 732.289,41
Industria y comercio	\$ 714.136,00	\$ 622.798,01	\$ 610.586,28
Inmobiliario y automotores	\$ 667.053,00	\$ 581.736,92	\$ 570.330,32
Contribuciones patronales	\$ 11.845.059,00	\$ 10.330.075,95	\$ 10.127.525,45
Otros impuestos y tasas	\$ 205.796,00	\$ 179.474,69	\$ 175.955,58
Total de Tributos	\$ 30.871.273,71	\$ 24.184.441,51	\$ 20.165.026,37
Como % de las ventas	9,68%	8,78%	9,15%

Fuente: Elaboración propia

Redolfi S.R.L. no cuenta con un plan a corto mediano y largo plazo en el área impositiva dado que el asesor externo solo se limita a cumplir con las obligaciones fiscales. La carga impositiva afecta a la competitividad de la empresa y sus posibilidades de inversión. Por todo lo mencionado se hace necesaria la aplicación de herramientas para disminuir los costos impositivos y no perder así la competitividad. Aprovechando beneficios fiscales provenientes de los regímenes PyMEs y de otras economías de opción.

Con respecto a los impuestos nacionales, se observa un error en el año 2018, ya que en ese ejercicio el % para obtener el Impuesto a las Ganancias cambió, según la ley 27.430, antes gravaban con una tasa del 35% y a partir del 1 de enero del 2018 hasta el 31 de diciembre del 2019, la tasa fue del 30%. Es decir, que la empresa pagó \$476.579,70 de más al cierre del periodo 2018. Luego el Impuesto al Valor Agregado es el de menor porcentaje con respecto a las ventas en el último periodo, 2018. Al ser una empresa que se dedica a la distribución de productos ya elaborados, genera un saldo a pagar en cada ejercicio, debido a la diferencia del crédito (compras) y débito (ventas) fiscal. Al no estar inscripta bajo el régimen Pyme, el pago lo debe realizar en el mismo ejercicio que se generó, en cambio, podría tener el beneficio de pagar el IVA a los 90 días del periodo que lo resultó.

Marco teórico

A continuación, se expone el soporte teórico que proporciona los cimientos necesarios para comprender la importancia y los beneficios que trae una correcta planificación tributaria en la empresa Redolfi S.R.L., para lo cual se ha consultado bibliografía de reconocidos autores que tratan esta temática.

La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) hace referencia a que el contribuyente no debe pagar más impuestos de los que son requeridos por las normas tributarias vigentes, por lo que es aceptable reducir la obligación tributaria por medio de una correcta planificación fiscal e impositiva que no sean contrarias a las intenciones del legislador.

Villasmil Molero (2016) menciona como manifestaciones esenciales del poder del Estado a: la aplicación del sistema tributario, la facultad de imponer su cumplimiento y la responsabilidad de lograrlo. Para lograr este fin, se presenta la Planificación Tributaria como una herramienta administrativa donde determina el pago justo para el contribuyente en concepto de tributos; y como una herramienta estratégica de decisión de negocios, descrita por comportamientos empresariales, tendientes a crear relaciones y situaciones jurídicas hacia la reducción de la carga fiscal, siempre dentro del marco legal, para así disminuir costos.

Con respecto a la planificación fiscal dentro del derecho tributario, Ulloa Siccha (2012), señala que las empresas buscan reducir la carga tributaria, pero que para ello deben tener conocimiento sobre las normas tributarias aplicables, estrategias que sean jurídicamente permitidas. Sus límites son: la subcapitalización, gastos procedentes de paraísos fiscales y el valor de mercado. Si bien lo que busca el contribuyente es reducir la carga tributaria, esto no implica una evasión o una elusión ilícita. La planificación fiscal se conduce a un resultado fiscal mínimo, pero siempre se deberá tener en cuenta otros aspectos como: la seguridad jurídica de la operativa planteada, la flexibilidad para reorganizar la estructura empresarial, la movilidad de los recursos empleados, el diferimiento en el pago de los tributos, la carga fiscal conjunta y la máxima rentabilidad.

En el mismo sentido, Monterrey Mayoral y Sánchez Segura (2015) la planificación fiscal es un aspecto estratégico de las empresas, que adoptan para la tomad de decisiones tributarias, asumiendo tanto los costes y beneficios como también los riesgos, siempre dentro del marco normativo.

Podemos nombrar cuatros estrategias para optimizar la Planificación Tributaria, según Contrera Gómez (2016) ellas son:

- Diferimiento en la imposición. Consiste en posterdar el pago de la obligación tributaria. Busca perseguir el diferimiento en el ámbito intrageneracional, cuando involucra a miembros familiares de la misma generación, o en el ámbito intergeneracional, cuando involucra a miembros familiares de distinas generaciones.
- Cambios temporales en la realizacion del hecho imponible. Consiste en la espectavida de cambio en la normativa fiscal, ya sea por la anticipacion o retraso de la realizacion de actividades que dan origen al hecho imponible.

- Arbitraje entre operaciones con distinto tratamiento fiscal. Se trata de estrategias para cambiar la cualificación fiscal de la acción.
- Arbitraje entre impuestos distintos y/o tipos de gravamen diferentes. Consiste en la realización de acciones o transacciones de individuos dentro de una empresa, orientadas a reducir el tipo efectivo de gravamen que soportan.

Por último, se debe comprender, que reducir la carga fiscal, siempre debe ser dentro del marco legal, para ello no debemos caer en la evasión o elusión fiscal.

Figueroa Sierra, Ribet Cuadot, y Noda Rodriguez (2012) señalan que la evasión fiscal consiste en sustraer la actividad al control fiscal para no pagar impuestos. Al no cumplir con sus obligaciones tributarias, reducir los costos tributarios utilizando medios ilícitos o prohibidos por la ley, el contribuyente debe ser sancionado. Por otro lado, la elusión fiscal es la pieza clave de la planificación fiscal, donde se aprovecha los recursos legales disponibles para conseguir la mínima carga fiscal o para diferir en el tiempo su impacto, conocida también como subdeclaración de impuestos, esto permite al contribuyente evitar que se realice el hecho imponible.

Ochoa León (2013) distingue estos dos términos, la evasión, se produce cuando nace el hecho imponible, conjuntamente con la obligación tributaria, pero dicho acto económico se oculta a la administración. En cuanto a la elusión supone que el hecho imponible no se realizó. Conceptualmente la elusión consiste en evitar con astucia una dificultad o una obligación. Para el lenguaje jurídico tributario, la elusión es una conducta que pretende evitar la carga fiscal de las actividades económicas realizada por los sujetos pasivos. La elusión como la evasión son fenómenos jurídicos que tienen consecuencias negativas para la administración tributaria, y las mismas repercuten en la recaudación del estado. Los contribuyentes utilizan distintas formas de aminorar la carga fiscal entre ellas economía de opción, simulación o fraude, abuso del derecho, negociaciones indirectas y planificación fiscal. Destaca además, entre estas conductas hay una frontera muy delgada entre la evasión y la elusión. Cuando la elusión es lícita indica una economía de opción, en cambio al ser ilícito se califica como una simulación.

En relación a los autores citados, queda en evidencia que la planificación tributaria es una herramienta que busca, a través de estrategias disminuir el impacto fiscal en las empresas,

estas estrategias requieren de un grado de astucia para generar ahorro buscando la alternativa menos costosa. Implementando una economía de opción, evitando ilegalidad como son la evasión y la discutida elusión. Estas estrategias están dirigidas a la reorganización empresarial, a la evaluación del tipo societario, a la carga impositiva con respecto al espacio y el tiempo de la actividad comercial. Es indispensable además la permanente actualización del conocimiento impositivo y las reformas tributarias.

Diagnóstico y discusión

Declaración del problema

A pesar de la economía inestable que atraviesa el país donde reside Redolfi SRL, de acuerdo a la información analizada, su estructura financiera evidencia cierta estabilidad y solidez, pero a pesar de ello la principal debilidad detectada es la falta de una herramienta que facilite la planificación tributaria. En los Estados Contables, se evidencia que en el último periodo cuenta con impuestos pendiente de pago, tales como el IVA, impuesto a las Ganancias e Impuesto a los Ingresos Brutos; y un monto elevado en los intereses impositivos, esto se debe a la falta de una correcta diagramación, liquidación y computo de sus obligaciones fiscales y carga impositiva. No cuenta con un sistema de inventario, un software contable, sistema de costeo ni registros diarios de la operativa administrativa.

Para que pueda sobrevivir en un mercado cada vez más competitivo debe adaptarse con mayor rapidez a los cambios, dejar atrás los métodos antiguos e incorporar nuevas herramientas que le otorguen importantes beneficios contables, financieros y legales. Además si no incorpora un sistema de Planificación tributaria con el fin de optimizar gastos, con el paso del tiempo representara un mayor porcentaje de gastos para la empresa, lo que la llevará a aumentar sus precios o tendrá que reducir costos en otros sectores.

En base a esto la planificación tributaria es una herramienta valiosa que le permite al contribuyente minimizar la carga fiscal dentro de un marco legal a través de la elección de las mejores alternativas que le permiten reducir la carga tributaria al mínimo legal y maximizar la inversión de manera eficiente de los recursos destinados al giro normal de la actividad.

Justificación del problema

La importancia de su aplicación es que los tributos en las organizaciones se considera imprescindible para la empresa bajo estudio, confeccionar una herramienta que le facilite la planificación tributarias teniendo en cuenta alternativas de normas legales que le permita optimizar su carga tributaria, priorizar el pago de tributos, pagar menos impuestos y en ocasiones reducirlos cuando la norma legal lo permita. Con esta herramienta Redolfi logra ahorros impositivos siempre asegurando que se encuentre protegida dentro del régimen legal permitido evitando cometer delitos e infracciones fiscales.

En base a las falencias anteriormente mencionadas, la Planificación Tributaria es una herramienta que Redolfi SRL debe incorporar para minimizar la carga fiscal, dentro del marco legal, para no caer en una evasión o elusión fiscal. Esto evitará el pago fuera de término y los recargos que esto acarrea, también le permitirá predecir desembolsos futuros de dinero para el pago de impuestos. De esta manera accederá a obtener un alivio fiscal, mejorando así el flujo de caja, que le dará la oportunidad de destinar ese dinero otras áreas, como también tener la oportunidad de realizar inversiones y acceder a nuevos mercados.

Conclusión diagnóstica

Con la implementación de una Planificación Tributaria se podrá reducir las cargas impositivas que sufre Redolfi SRL en la actualidad, teniendo en cuenta la aplicación de estrategias dentro de las normativas vigentes. Para esto se debe tener un amplio conocimiento de las reglamentaciones existentes que afecten a la actividad principal de la empresa. De esta manera se espera conseguir un ahorro que podrá reservar para futuras turbulencias o crisis, además de aprovechar oportunidades de inversión. Además si se logra minimizar los impuestos, se podrá tener precios más competitivos. Y en el ámbito financiero, se podrá diferir los pagos aplicando la técnica de leasing. Esto será posible, inscribiendo a la empresa como PyME, que según la ley N° 24.467, tiene beneficios tales como el pago del IVA a 90 días de haberse generado el hecho imponible.

Como resultado de la confección del trabajo se pretende que la empresa Redolfi obtenga ahorros fiscales e impositivos con la inscripción de la empresa bajo la modalidad Pyme, se pretende que la misma obtenga beneficios en los impuestos.

Plan de implementación

Alcance y Limitaciones

- Alcance de contenido: se realiza en la empresa Redolfi S.R.L, una planificación tributaria, con el propósito de obtener los beneficios del régimen PyME.
- Alcance Geográfico: se realiza sobre la empresa A.J. & J. A. Redolfi S.R.L., sito en calle José María Salgueiro N° 445, James Craik, Córdoba, Argentina.
- Alcance temporal: es desarrollado en el período comprendido entre los meses de agosto a diciembre del 2021.
- Alcance en relación al universo: el alcance del presente trabajo abarca e involucra al sector administrativo contable y la dirección general de la empresa A.J. & J. A. Redolfi S.R.L.

Limitaciones

Para realizar el presente trabajo, no se presentaron mayores limitaciones, debido a que se contó con la información necesaria del área a abarcar, acerca de la empresa A.J. & J. A. Redolfi S.R.L. La única limitación que se puede destacar, es que dicha información no se encuentra actualizada, lo que en muchas ocasiones se tendrá que bazar en supuestos.

Presupuesto

Recursos materiales

- Una computadora de escritorio: \$28.000
- Mobiliario de oficina: \$12.000
- Útiles varios: \$900
- Leyes impositivas y Manuales tributarios, tales como Ley de Impuesto a las Ganancias, IVA, Régimen de PyMEs: \$1.250
- Honorarios del profesional asesor: \$30.000

Recursos inmateriales

Honorarios varios:

- Honorarios mensuales del asesor tributario: \$18.000
- Empleado administrativo: \$17.500
- Actualizaciones tributarias: \$1.250
- Confección de informes mensuales sobre evaluación del desempeño: \$7.500
- Internet: \$5000

Tabla 3 Recursos para mantenimiento del trabajo

Recursos	Cantidad	Costo
Computadora	1	\$ 28.000
Mobiliario de oficinas	1	\$ 12.000
Útiles Varios	1	\$ 900
Leyes impositivas		\$ 1.250
Costo de implementación	1	\$ 30.000
Honorarios varios	1	\$44.250
Internet	1	\$ 5.000
Total		\$ 121.400

Fuente: elaboración propia

Acciones específicas a desarrollar y marco de tiempo para su implementación

Se detalla a continuación las actividades que se llevaron a cabo para cumplir con el trabajo de estudio.

Actividad n°1- Régimen MiPyMES

Los principales beneficios que trae aparejada la adhesión al régimen son: prorratio del IVA, compensación del impuesto al cheque y reducción impositiva para las cargas sociales. En particular, para una empresa comercial como lo es Redolfi S.R.L., hay que tener en cuenta el nivel de facturación anual y la cantidad de empleados en relación de dependencia, para poder encuadrar a la distribuidora en alguna de las siguientes categorías para que forme parte del régimen vigente de PyMEs.

Tabla 4-Categoría para empresas Comerciales

Categoría	Comercio (Ventas)	Personal ocupado
Micro	\$ 57.000.000,00	7
Pequeña	\$ 326.660.000,00	35
Mediana Tramo 1	\$ 2.530.470.000,00	125
Mediana Tramo 2	\$ 3.955.200.000,00	345

Fuente: Elaboración propia

Según datos de los Estados Financieros de la distribuidora Redolfi S.R.L., el promedio de ventas de los últimos tres ejercicios fiscales (2020 a 2018) fue de \$ 271.484.991 y la empresa objeto de estudio no tiene más de 35 empleados, con lo cual se encuadra como pequeña empresa.

Principales incentivos tributarios del régimen

- IVA: pago a 90 días y certificado de no retención.
- Compensación del impuesto al cheque en el pago del Impuesto a las Ganancias: para el caso analizado se puede compensar el 100% del impuesto al cheque. La compensación se puede hacer a través del Formulario F798 en SIAP o en la declaración jurada.
- Alícuota reducida para contribuciones patronales: aquellos empleadores que cuenten con el certificado MiPyMEs tendrán una alícuota reducida para el pago de las contribuciones patronales. Esta será del 18%.

Requisitos para la inscribirse en el régimen de PyMEs.

- Tener CUIT. Tener clave fiscal nivel 2 o superior.
- Estar inscripta en el monotributo o en el régimen general (en Ganancias y en IVA)
- Estar adherida a TAD (Trámites a distancia).
- Haber realizado la presentación de las declaraciones juradas de IVA y F.931 de los tres últimos ejercicios cerrados.

Actividad n°2- Acciones para inscribirse en el régimen

- Ingresar a la página web de la AFIP con CUIT y clave fiscal a la relación PyMEs.
- Ir a solicitud de categorización y/o beneficios.

- Seleccionar la opción que dice nuevo donde se abre el formulario 1272 para ser completado.
- En la pantalla se mostrará la solapa compuesta por datos informativos y por los períodos fiscales cerrados en los que estuviste inscripto en el impuesto al valor agregado de los últimos 3 períodos fiscales cerrados.
- El sistema consultará si se desea solicitar la opción para cancelar el IVA por trimestre, para ello se deberá seleccionar la opción sí. En caso de que únicamente se quiera categorizar se debe seleccionar la opción no.
- Posteriormente, en las solapas de los períodos fiscales se encuentra la suma de las ventas totales (excluyendo IVA, impuestos internos y el 50% del monto de las exportaciones), allí se debe detallar a qué actividades se corresponden dichas ventas.
- Informar la suma total de las ventas anuales por cada actividad que se informe coincidiendo con el total de ventas anuales que mostrará el sistema.
- Luego de haber informado las ventas correspondientes, se habilita la opción presentar declaración jurada.

El sistema emite un certificado de MiPyME, el cual tendrá una vigencia hasta el último día del cuarto mes posterior al de cierre de ejercicio y la renovación se podrá realizar durante ese mes.

Actividad n°3 -Venta y Reemplazo

Dado que Redolfi S.R.L. planea trasladar su centro de distribución a uno con mayor capacidad operativa de su propiedad que ya ha construido, se considera conveniente tener presente la opción de venta y reemplazo que admite la ley de impuesto a las ganancias vigente. Podrá afectar la ganancia del bien reemplazado al costo del bien de reemplazo, en la medida que las operaciones de compra-venta se produzcan en un plazo menor a un año. Esto último es factible para la empresa Redolfi S.R.L.

Es importante mencionar que Redolfi, al emplear la opción de reemplazo de bienes, deberá comunicarla a la AFIP, ingresando con clave fiscal al servicio "Transferencia de Inmuebles" disponible en el sitio web del organismo. Para proceder a la información se emplea una multinota, formulario F206.

Tabla 5: Ahorro impositivo

Tributo	Antes de la propuesta (ejercicio 2020)	Después de la propuesta	Ahorro fiscal (3)
Impuesto a las Ganancias	\$300.513 (1)	\$0 (2)	\$ 300.513
Total	\$ 300.513	\$ 0	\$ 300.513

(1) Los bienes de uso considerados son lo equipamientos que planea renovar. Suponiendo que el valor de venta de mercado es de \$8.000.000. Rtado de venta del bien de uso x 30% = \$1.001.712 x30% = \$300.513.

(2) Rtado venta = \$8.000.000 - \$6.998.288 (valor residual según EECC 2020 = \$1.001.712. El costo de los nuevos bienes (de mercado) es de \$12.000.000 - \$1.001.712 = \$10.998.288 (costo impositivo del nuevo bien). Suponiendo un vida útil de 10 años, entonces la depreciación impositiva será \$1.099.828 por año.

(3) Surge del impuesto diferido por haber afectado el resultado de la venta del bien al costo impositivo del nuevo bien. Es decir el ahorro fiscal será la diferencia entre (1) - (2).

Actividad n°4 *Reintegro del crédito fiscal por capacitaciones*

Dado que la empresa Redolfi S.R.L planea ha implementado una serie de capacitaciones para el personal en relación de dependencia, en el marco del traslado del centro de distribución a un con mayor capacidad que tiene construido, se propone solicitar el reintegro del crédito fiscal generado por dichas capacitaciones.

Este beneficio fiscal está destinado para una actividad de capacitación asistida: realizada dentro de las instalaciones de las empresas a cargo de un Experto PyME, en las cuales se transmiten conocimientos prácticos con la finalidad de solucionar un problema, realizar una mejora o una innovación para la MiPyME. Se supone un curso de capacitación por un costo neto de IVA de \$100.000.

Requisitos

- Tener Certificado MiPyME vigente.
- No tener deuda fiscal ni provisional.
- Alta temprana del empleado/a con antigüedad igual o mayor a 12 meses (sólo para los proyectos que incluyan un posgrado o máster).

- No poseer deuda fiscal ni previsional.

Se puede recibir hasta el 100% del costo de la capacitación para las y los empleados, mandos medios o gerenciales de la empresa y asociados a las cooperativas de trabajo y obtener un certificado de crédito fiscal para pagar impuestos nacionales.

Tabla 6: Ahorro fiscal

Tributo	Antes de la Planificación	Después de la Planificación	Medición	Ahorro fiscal
IVA	No puede solicitar el reintegro del crédito fiscal por las capacitaciones. Valor \$100,000 x 21% = \$21,000	Puede solicitar el reintegro del crédito fiscal de las capacitaciones al personal.	Curso de capacitación \$100,000 neto de IVA. IVA facturado: \$21,000	\$ 21.000,00

Fuente: Elaboración propia

Diagrama de Gantt

En el siguiente diagrama de Gantt se exponen las acciones concretas para que Redolfi S.R.L. pueda implementar la propuesta de planificación impositiva que se ha diseñado en el presente reporte de caso.

Tabla 6 Diagrama de Gantt

Actividad	Agos.				Sept.21				Oct.21				Nov.21				Dic.21			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Analizar requisitos y realizar la inscripción para obtener el régimen Pyme,																				
Obtener certificados Pymes																				
Mediciones de ahorro fiscales																				
Implementación de políticas de control y actividades correctivas																				

Fuente: Elaboración Propia

Evaluación de la propuesta

A continuación, se presenta la siguiente tabla con la cuantificación de los ahorros fiscales que se obtendría con la planificación fiscal propuesta.

Tabla 5-Ahorros impositivos

Tributo	Antes de la Planificación	Después de la Planificación	Medición	Ahorro fiscal
Impuesto al Cheque	No se puede compensar el impuesto al cheque. Abona \$5.475.893,80 al 2020.	Se compensa el 100% del impuesto al cheque en el impuesto a las ganancias.	Dado que paga de impuesto a las Ganancias un monto total de \$3.336.057,90 según EECC 2020, al adherirse al Régimen de PyMEs se pueden compensar \$5.475.893,80. Terminaría pagando de IG:\$0 .	\$ 3.336.057,90
IVA	Se produce la obligación de presentar DDJJ mensuales en función de la terminación de CUIT de la empresa. Existe certificado de retención. IVA a pagar: \$2.329.562	Pago del impuesto a noventa días y certificado de no retención	Diferimiento del pago de impuesto al valor agregado, del 21%, posición mensual del IVA. Como la fecha de cierre del ejercicio es el 31-12, entonces el ahorro fiscal que se genera radica en los meses de octubre a diciembre, considerando el año comercial de Redolfi.	\$ 582.390,48
Contribuciones patronales	Paga \$11.845.059 según EECC del 2020	Paga alícuota reducida del 18%	Sueldos y jornales x 18% = \$5.796.039	\$ 6.049.020,00
Total de ahorro				\$ 9.967.468,38

Elaboración propia.

Tabla 6 Impuesto al cheque

Estado de Resultados	2020	2021
Ventas Netas		
Ventas Rubro Almacen	\$ 188.635.386	\$ 216.930.694
Ventas Rubro Cigarrillos y golosinas	\$ 130.222.262	\$ 149.755.601
Total Ventas del Ejercicio	\$ 318.857.648	\$ 366.686.295
Costos		
Costos de Venta	-\$ 147.429.627	-\$ 169.544.072
Otros costos de venta	-\$ 102.468.794	-\$ 117.839.113
Total Costos de Ventas	-\$ 249.898.421	-\$ 287.383.185
Resultado Bruto	\$ 68.959.226	\$ 79.303.110
Gastos		
Administración	-\$ 7.669.955	-\$ 8.820.449
Comercialización	-\$ 11.375.121	-\$ 13.081.390
Resultado Actividad Principal	\$ 49.914.149	\$ 57.401.272
Resultado Financiero	-\$ 39.496.697	-\$ 39.496.697
Resultado NETO	\$ 10.417.452	\$ 17.904.574
Otros Ingresos y Egresos	-\$ 885.858	\$ -
Resultado antes de Imp. a las Ganancias	\$ 9.531.594	\$ 17.904.574
Impuesto a las Ganancias	-\$ 3.336.058	-\$ 5.371.372
Ahorro impositivo		\$ 19.944.751
Resultado Final	\$ 6.195.536	\$ 32.477.953

Fuente: Elaboración *propia*

Como se puede observar, con la planificación fiscal propuesta se generaría un ahorro de \$19.942.842,98 para el ejercicio 2021, que representa un 64.60% del total de cargas fiscales para el ejercicio 2020 (\$19.942.842,98 / \$ 30.871.273,96).

Tomando como base los ingresos obtenidos por la implementación de la herramienta, se desarrolla el indicador retorno sobre la inversión (ROI).

Tabla 7

ROI, Costo beneficio

Ingresos proyectados	\$ 19.942.842,98
Costo de la propuesta	\$ 121.400
ROI	163,27

Fuente: Elaboración *propia*.

El valor de los ingresos proyectados se le debe restar el costo de la propuesta. El resultado de este ejercicio se divide por el costo de la propuesta, por lo que se obtiene un retorno de \$163,27 por cada peso invertido.

Conclusiones y recomendaciones

Del análisis realizado en el presente trabajo de investigación, así como de la información, los datos recogidos, y la contextualización de la teoría relacionada al objetivo general previamente enunciado en capítulos anteriores, podemos principalmente concluir lo siguiente:

La planificación tributaria es una herramienta legítima que les permite a los contribuyentes la obtención de ahorro fiscal mediante el asesoramiento de expertos en la materia. Dado que existe una línea muy tenue entre la planificación, la elusión y la evasión, la manera más adecuada de enmarcar una acción dentro de estas definiciones es basarse en su reconocimiento social y ético.

La planificación tributaria se ha desarrollado fundamentada en la complejidad y dinamismo de la jurisprudencia que regula los negocios. Su principal asidero son los múltiples beneficios que el propio legislador ha incorporado en la normativa.

Como resultado de una correcta planificación tributaria se enriquece a la organización, por ello se debe asociar su incorporación con el ahorro de costos, la reducción de la carga impositiva y maximización de las utilidades.

Dicho brevemente, la planificación tributaria se encuentra destinada a la generación de ingresos mediante el ahorro de costos, la rentabilidad de la actividad es el primer factor, y el más importante, que determina la sostenibilidad de la organización en el tiempo.

A continuación, se enumeran una serie de recomendaciones cuya implementación son vitales para mejorar la implementación de la organización sin mayores dificultades:

- Analizar con detenimiento la totalidad de la normativa tributaria, identificar y evaluar diferentes regímenes.
- Asesorarse con expertos en la materia tributaria y fiscal.
- Se recomienda por último que aproveche las condiciones que le favorecen actualmente para implementar herramientas de planificación.

Referencias

- 27.545, L. (2020). *Ley de Góndolas*. Recuperado el 08 de 09 de 2021, de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/335000-339999/335538/norma.htm>
- Beltrán Cortes, M. L. , H. (2012). *Alternativas para el control contable y tributario en la compañía Comercializadora de Alimentos S.A.S*. Recuperado el 08 de 09 de 2021, de http://www.unipiloto.edu.co/descargas/revista-memorias_contaduria_publicacion21.pdf.
- Boy Prado, M. Y. . (2018). *El planeamiento tributario y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Casa Grande S.A. .* Recuperado el 08 de 09 de 2021, de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/45710>.
- CADAM . (2021). *Principales aprendizajes y tendencias de los mayoristas en un año en pandemia y primeros datos de 2021. Cámara Argentina de Distribuidores y Autoservicios Mayoristas*. Recuperado el 08 de 09 de 2021, de <http://cadam.com.ar/mercados/>
- CAME. (2020). *Argentina: CAME brinda herramientas para impulsar las ventas digitales. .* Obtenido de <https://www.america-retail.com/argentina/argentina-came-brinda-herramientas-para-impulsar-las-ventas-digitales>
- Contrera Gómez, C. (2016). *Planificación Fiscal: principios, metodologías y aplicaciones. .* Madrid, España: Centro de Estudios Ramón Areces S.A.
- CPCEBA. (2021). *Informe Económico de Coyuntura. Recuperado el*. Recuperado el 08 de 09 de 2021, de <http://iec.consejo.org.ar/>
- Figuroa Sierra, N., Ribet Cuadot, M. d., & Noda Rodriguez, A. (2012). *La elusión y evasión fiscal*. Pinar del Rio, Cuba: Revista Científica.
- INDEC. (2021). *Índice de precios al consumidor (IPC)*. . Obtenido de https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ipc_04_21CDDCA5F8DD.pdf
- Lopez, L. (29 de 4 de 2021). *Cronista*. Obtenido de <https://www.cronista.com/economia-politica/la-inflacion-de-abril-sera-del-doble-de-lo-que-prometio-el-gobierno/>
- Martin, L. (2020). *Infobae*. Obtenido de <https://www.infobae.com/opinion/2020/11/18/la-trampa-del-impuesto-a-la-riqueza/>

- Monterry Mayoral, J., & Sánchez Segura, A. (2015). *Planificación fiscal y Gobierno Corporativo en las empresas cotizadas españolas*. Badajoz: Universidad de Extremadura.
- Ochoa León, M. (2013). *ELUSIÓN O EVASIÓN FISCAL*. Michoacán, México: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- Resolución General AFIP N° 4838. (2020). *Régimen de información de planificaciones fiscales tributarias*. Recuperado el 29-04-2021 de. Recuperado el 08 de 09 de 2021, de http://biblioteca.afip.gob.ar/dcp/REAG01004838_2020_10_19
- Ulloa Siccha, J. (2012). *La planificación fiscal internacional y su relación con los precios de transferencia en el Perú*. Trujillo, Perú: Universidad Nacional de Trujillo.
- Villasmil Molero, M. (2017). *La planificación tributaria*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6154121>
- Villasmil, M. (2016). Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/323153165_La_Planificacion_tributariaherramienta_legitima_del_contribuyente_en_la_gestion_empresa/link/5a8447dbaca272c99ac358a7/download
- Yáñez Soria, N.S. (2018). *Planificación tributaria para empresas de lácteos. Caso Distribuidora Tanilact. Ecuador: Ambato*. Recuperado el 08 de 09 de 2021, de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2566/1/76825.pdf>